

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BUDAYA POPULER TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI KALANGAN REMAJA  
DENGAN FANATISME, GAYA HIDUP, DAN KELOMPOK REFERENSI  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus pada *Fandom* ARMY di Indonesia)**



**Oleh:**

**HANAA NURUL KUSUMAGAMI**

**NIM C1B013025**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
PURWOKERTO**

**2017**